浅谈短视频的策划与传播

刘 洁
（胶州市融媒体中心，山东 胶州 266300）

摘 要：短视频作为受众最易接受，“引导群众 服务群众”的重要新媒体传播形式之一，越来越受到各级媒体的重视；作为县级融媒体中心深度融合要着力提升的重点之一，必须重视新媒体短视频的内容策划、发布，品牌效应的运用以及传播效果。

关键词：媒体深度融合；短视频策划；品牌效应；主流价值观 **中图分类号**：G2 **文献标识码**：A
文章编号：1671-0134（2021）12-053-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.12.015
本文著录格式：刘洁．浅谈短视频的策划与传播 [J]. 中国传媒科技，2021（12）：53-55.

在互联网迅猛发展的今天，短视频已经成为大多数人尤其是中青年、少年儿童一代了解社会的方式之一。近日发布的有关网络视听研究报告显示，截至 2020 年 12 月，中国网络视听用户规模达 9.44 亿人，较 2020 年 6 月增长 4321 万人，短视频用户达 8.73 亿人。[1] 作为县级融媒体中心，短视频必然成为官方主流媒体“引导群众 服务群众”的重要传播形式之一。

1. 县级融媒体发展短视频正逢其时

短视频，百度百科的定义是指在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、高频推送的视频内容，几秒到几分钟不等。因为阅读的载体不同、时间有限，短视频展示出来的内容往往都是短小而精悍，符合用户随时随地的阅读习惯，降低了人们获取信息的时间成本。对短视频我们应该有一个最基本的认知——时间短，具有拍摄简单、生产流程简单、人人都可参与等特点，也正是因为短视频拍摄制作的这些特点，也导致了目前短视频平台内容生产的同质化、低俗化等现象，极大地影响了短视频的传播环境，影响了传播的主流舆论环境，混淆了受众的世界观、人生观、价值观和审美观念的塑造。

习近平总书记指出，宣传思想阵地，我们不去占领，人家就会去占领。要以问题为导向，既顶天又立地，挺直“腰杆”、补齐“短板”、加固“底板”，把工作深入到方方面面、覆盖到所有人群。随着智能手机、平板电脑等移动终端的普及和 5G 网络的迅速覆盖，移动端已经成为人们上网获取信息的主要途径。作为县域主流媒体，县级融媒体中心要发展壮大，短视频策划创作必然成为媒体融合发展的主要内容之一。而作为基层媒体，县级融媒体中心发展短视频创作也具有其很大的优势：一是非常必要，作为基层新闻单位，县级融媒体中心作为县域官方主流媒体，也承担了“引导群众 服务群众”，塑造社会主义核心价值观的社会责任。作为党和政府的喉舌和沟通群众的平台，县级融媒体中心在传播正能量、弘扬社会新风方面有着重要的作用；二是有能力创作精品短视频作品。县级融媒体中心大多数是以当地电视台、报纸等媒体宣传平台整合而成，与其他自媒体相比，在策划、拍摄、制作视频等方面都有着得天独厚的条件。作为基层新闻单位，在新闻采编业务方面，与党委政府各层面合作方面，长期与基层、与人民群众打交道方面，都有着丰富的经验和无与伦比的竞争力；三是有一大批热爱新闻事业、有专业采编技能的基层新闻采编队伍，这是与公众自发参与的短视频制作团队相比最为宝贵的一笔财富，县级融媒体中心所有新闻采编人员身处最基层，获得信息的渠道、发现问题的角度、视频制作的精细程度、内容的全面深度、发布的权威方面，都是其他短视频制作团队远远不能达到的。例如：政府一些新闻发布会的素材，重点项目建设现场，重要活动现场，往往都是县级融媒体中心的记者单独进入会场，上海合作组织国际投资贸易博览会期间，县级融媒体中心以独有的优势编发的《上合博览会倒计时》《市民如何参与博览会》《盛装迎盛会 笑迎八方客》《上合博览会科技力量》等都是独家发布，在社会上营造了良好的舆论氛围。《吉利卫星互联网项目奠基开工》《上合如意湖沙滩公园启用》《援鄂医疗队归来》《第一例新冠病人康复出院》等短视频都是我们县级融媒体中心独家推出，起到了“引导群众 服务群众”的重要作用。

2. 要重视短视频的内容策划

新闻作品内容为王这不仅仅针对的是电视、报纸、广播作品，也同样针对的是新媒体作品，包括短视频作品。只有内容来源真实、新鲜、可信度高，广大粉丝才愿意看，愿意转发甚至点赞。作为县级融媒体中心深度融合要着力提升的重点之一，必须重视新媒体短视频的内容策划。

时代发展带来了新的传播技术、新的传播环境，使媒体格局也发生了深刻变化，习近平总书记在主持中央政治局第十二次集体学习时强调，全媒体不断发展，出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体，信息

无处不在、无所不及、无人不用，导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化，新闻舆论工作面临新的挑战。[2] 作为县级融媒体中心，胶州市融媒体中心集中了当地广播电视、报纸、新媒体几大平台的资源优势，掌握着全市重要的新闻资源、政务信息以及资讯，因此，在优质内容生产上，有着得天独厚的优势，无论是时政、经济、社会、民生、文化，还是美食、科技、体育、街头采访、公益教育等主题。县级融媒体中心记者涉猎范围的广度和深度以及传播的社会责任方面都是其他自媒体传播者远远不可相比的。

不可否认的是，县级融媒体中心因为人员结构、知识储备、接受新鲜事物能力方面，与其他自媒体相比有先天的不足，县级融媒体中心从业人员大多为原电视台、报纸等传统媒体从业人员，在灵活运用互联网思维、互联网语言方面与由社会各层面构成的其他自媒体相比，在报道模式的多样性、报道语言的灵活性、报道内容的时效性、报道效果的互动性方面还稍显呆板、稍有不足。为此，为了迅速适应互联网形态下的媒体发展新形势，胶州市融媒体中心把占领新兴媒体平台作为重中之重，实施移动优先战略，加强各类新平台终端建设，坚持移动端优先，一体策划、一次采集、多元生成、多端发布，打通报、台、网、微、端，整合主流媒体资源向客户端上聚集，推动各类宣传力量在客户端上发声，不断扩大在移动终端的覆盖面和影响力，增强传播的时效性和实效性。针对全市的重要新闻，胶州市融媒体中心坚持月重点策划、周策划和早晨会策划相结合的方式，第一时间把握重点、策划拍摄编发重要短视频。2020 年，面对突如其来的严重疫情，广大医务人员白衣为甲、逆行出征，舍生忘死挽救生命。胶州市中心人民医院组织 26 名医护人员连夜出征，奔赴武汉抗疫一线，为全面反映他们在武汉的工作生活状态，胶州市融媒体中心策划制作了一系列短视频，其中欢迎英雄回家的《警车开道 最高礼遇护送医疗队返程》点赞量达到 9.9 万，不仅在全社会弘扬了医者仁心、大爱无疆的白衣天使精神，也在广大人民群众中树立了良好的媒体形象。另外，针对广大市民关心的胶东新机场建设情况，胶州市融媒体中心及时策划制作推出了《试飞成功！民航客机首次在青岛胶东国际机场降落》这一短视频，视频播出后，仅在视频号的阅读量达到 20.1 万人次，转发 5599 人次。青岛德固特节能装备股份有限公司股票代码启动仪式在深圳举行，前方记者从深圳现场发回来视频，新媒体五分钟内发出来，在抖音号上阅读量达 7.5 万人次。2021 年 4 月 26 日—28 日，上海合作组织地方经贸合作青岛论坛暨上海合作组织国际投资贸易博览会在胶州举行，围绕这一重大会议，胶州市融媒体中心围绕盛会的倒计时、氛围营造、市民体验、科技元素等策划了 20 多条短视频，都收到了很好的效果。其中《上合博览会倒计时 2 天 参展产品陆续亮相 更多精彩等您来发现》这一短视频，在全市领导干部和群众中引起强烈共鸣，一天内转发 8077 人次，阅读量达到 18.7 万人次，营造了浓厚的盛会氛围。根据群众对四季赏花旅游的关注，策划的《大美胶州》系列也得到受众的大量转发、点赞和留言。

3. 要重视短视频的标题制作与提炼

标题是新闻的眼睛，短视频内容本身很重要，但视频再好，让粉丝看到之前，标题的引导作用也尤为重要，什么样的标题能吸引人，能留住人的眼球，什么样的标题能让人过目不忘，愿意打开看，能看下去，能给其点赞，而且还能帮忙转发传播，标题起到了很大的作用。打开视频号和抖音号看看阅读量高的视频，标题都提炼得好，都特别吸引人。打开视频号，看看这些鲜活有吸引力的标题，点赞量都非常高，例如《高三班主任挺着 8 个月大肚子陪考》点赞量 5.4 万；《小伙救下两名落水儿童后称自己的金项链丢了 遭周围人质疑后自己重返水中找回》点赞量 8.8 万；《第一出考场的男孩 潇洒骑车 英姿飒爽》点赞量 5.6 万；《毕业典礼离场时 高三学生想老师同学们鞠躬》点赞量 2.3 万、《3 岁萌娃陪爸爸护考》点赞量 1.7 万……这些点赞量、转发量高的短视频作品都有一个共同特征，就是标题格外引人注目、起得鲜亮。

怎么增强标题的吸引力？这些好作品都是特别重视标题的制作。胶州市融媒体中心也进行了初步的探索。一是短视频的标题要字数短，尽量在 10 个字之内。太长的标题打在视频上，让读者看了都不舒服。《麦浪滚滚丰收在望》《奋斗的青春最美丽》《勇敢追梦才会赢》《胶州援鄂医疗队回家》等短视频标题字数都不多，直击主题，直点内容，发布后也收到很好的效果；二是短视频标题要注重以情感人。以情感人才能打动人，才能留住粉丝。想打动粉丝的心，就要在情感上吸引粉丝。因此，提炼短视频标题时，要尽可能地注入情感元素，赋予标题以情感和生命，真正做到"以情动人"。《最高礼遇 致敬逆行英雄》这个标题倾注了记者编辑的情感，首先是在情感上感动了记者编辑，最高礼遇，致敬等字眼都是情感的表达，也得到广大粉丝情感的认同。《满满正能量 路遇侧翻车辆 胶州公交好司机与乘客联手施救 点赞》，这个标题凝结着记者满满的正能量情感，也能让广大粉丝得到情感认同；三是短标题的标题一定要准确。真实是新闻的生命，短视频作为新闻的一种标题一定要准确传达最主要的信息，不能有偏差，不能有个人偏见，要完整、清晰、恰当、贴切。《高考首日 胶州 4022 名学子考场亮剑》《胶州党史馆接受珍贵史料》《上合那片海有水母！你发现了吗？》《试飞成功！民航客机首次在青岛国际机场降落》等标题都非常准确，满足了广大粉丝获得准确新闻信息的愿望。

4. 要利用品牌效应扩大短视频的影响力

《人民日报》推送的短视频以它的品牌效应得到群

众的追捧，《人民日报》5月1日推出的短视频《今天，向劳动者致敬》，5月3日推出的短视频《觉醒年代的青春之声》，阅读量都达到了10万+。对平台的品牌价值认同，成为人们争相阅读、关注、点赞、转发的重点。

作为县级融媒体中心，胶州市融媒体中心也有自身的品牌优势。胶州市融媒体中心是本土唯一的官方主流权威媒体，短视频来源真实可靠；其有专业的记者，常年在一线捕捉最真实的素材；主持人家喻户晓，主持人出镜或者配音，让短视频更具亲和力；短视频经常是身边人、身边事，还有服务群众的政策解读，群众关注度高，这些都是品牌优势。

怎么把品牌优势转化为短视频的影响力？胶州市融媒体中心进行了初步的探索，一是重视策划，每天的晨会，所有报纸、电视、新媒体记者围坐在一起，商量选题，适合做短视频的，要求记者在一线、在会场第一时间传回来视频素材，确保群众第一时间得到最真实的信息，《青岛胶东国际机场收费站今日开通》推出后，阅读量达12.2万人次，《青岛求实职业学院新校区落户胶州铺集》阅读量4.4万人次；二是重视发挥记者在一线发现新闻的作用，《胶州档案馆接收珍贵史料》《上合如意湖！胶州人也有自己的沙滩了，赶紧来打卡吧！》《胶州55岁校车司机坚持两年背“渐冻症”男孩上学》《胶州也有“李佳琦”？这位“高中生”咋享受博士待遇？》等这些高质量的视频素材都是来自记者一线采访获得的鲜活素材；三是充分发挥主持人的作用，《上合博览会科技的力量》《小编带您逛上合博览会展馆》《市民如何参与上合博览会》《此时已草长莺飞 “莓”好时光在等你》等一批短视频都是主持人配音或者在现场录制，这些本土化的素材、群众身边的好人好事，一经播出，就获得了很多受众的好感，提升了短视频的亲近感和亲和力。这些都以县级融媒体中心独有的品牌优势提升了短视频的传播力、引导力、影响力、公信力。

5. 要重视短视频的传播效果

短视频在传播信息的同时运用移动端形成的新型社交圈塑造着人们的世界观和价值观。哈贝马斯认为，现代社会中人在交流过程中形成了语言和思维能力：“自我不会像在反思关系中那样被当作认识对象，而是作为一个主体，他是在参与语言互动过程中形成的，并且具有语言能力和行为能力。”[3]

党媒姓党，县级媒体是党领导的基层媒体，不仅是地方党委政府的传播喉舌、人民群众表达诉求的平台、民意的反应渠道，还是塑造社会主义核心价值观的重要载体，对巩固扩大基层宣传思想文化阵地发挥着重大的作用。作为主流媒体，应该顺应短视频主流化趋势，借助短视频的发展风口，将主流价值观融入短视频平台，通过短视频传播主流价值观。中央广播电视总台推出的短视频产品《主播说联播》以更接地气的方式传递主流价值，易于受众接受，更适合短视频领域的传播生态。

作为县级主流媒体，胶州市融媒体中心特别重视短视频在塑造人的世界观和价值观方面的传播效果。弘扬社会主义核心价值观的短视频也是我们策划拍摄制作推送的重点，也收到了很好的效果。

针对每个节日，胶州市融媒体中心策化地传播视频，都在潜移默化的传播弘扬社会主义核心价值观，都得到了受众的喜欢，学雷锋日推出短视频《学习雷锋好榜样 弘扬新风正气》；“三八”国际妇女节策划的《世界因“她”而美丽——我们谢谢你》，这一视频号短视频，胶州市妇联以及各个单位，还有广大粉丝争相转发，阅读量达4.2万人次；五一劳动节策划的《致敬最美劳动者》，五四青年节策划的《奋斗的青春最美丽》，这些短视频都成为当天胶州市民朋友圈争相转发的爆款。

围绕弘扬社会主义核心价值观所创作的抖音视频普遍得到了受众的认可，《雨中正能量 胶州小伙赤脚蹚水排除安全隐患》点赞量8337人次；网络直播达人孟大鑫所做的系列抖音宣传，对社会主义核心价值观进行了很好的宣传注解和传播弘扬，《奋斗的人生最美丽！勇敢追梦才会赢！》阅读量达64.8万人次，点赞量高达1.6万，《探访抖音网红 励志夫妻故事多》阅读量21.9万人次，在社会上形成了浓厚的舆论氛围，成为引导舆论的风向标。媒

参考文献

[1] 张智华 . 倍速观看视频，年轻人到底在赶什么？ [N]. 光明日报，2021-06-09.

[2] 共产党员网 . 习近平：加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局 [EB/OL].[2019-03-15].https://www.12371.cn/2019/03/15/ARTI1552634255796905.shtml.

[3] 凌海青，任大刚 . 短视频的危机与出路 [J]. 青年记者，2021（1）：44-46.

作者简介：刘洁（1975-），女，山东胶州，编辑，研究方向：媒体融合发展、新媒体采编运营管理以及传播。

（责任编辑：张晓婧）